



CARREFOUR CASO DE ÉXITO

SOLUCIONES NEO ADVERTISING PARA RETAIL

EL CLIENTE

Pioneros en el desarrollo e implantación del formato hipermercado, Carrefour está presente en 34 países y es líder de ventas global. El gigante francés, fundado en 1972, ha apostado por una fuerte internacionalización de sus centros, lo que le ha convertido en el primer grupo de distribución a nivel europeo y el segundo a nivel mundial.

Carrefour ha resultado premiada en numerosas ocasiones por sus proyectos de RSC y mantiene, desde sus orígenes, el objetivo de servir al cliente y satisfacer sus necesidades y expectativas. Este motor de acción es el responsable de su liderazgo y se traduce en una preocupación constante en ofrecer al cliente la mejor experiencia de compra.

EL DESAFÍO

Carrefour quiere desarrollar un nuevo concepto de punto de venta digital y conectado. Para acompañar al consumidor en el proceso de compra, mejorar su experiencia y fortalecer su vínculo con la marca, decide apostar por un proyecto integral de digital signage, el denominado proyecto WOW.

La omnicanalidad que potencia el digital signage pasa a ocupar un objetivo esencial en la estrategia de marketing digital de la empresa. Carrefour quiere una nueva comunicación con el cliente: directa, multicanal y efectiva.

Se aprovecha la oportunidad de comunicar con el cliente en el momento de la decisión de compra, así como aportar información para optimizar las compras y potenciar las ventas. Por ello, el principal desafío del proyecto viene determinado por una perfecta implantación, gestión y mantenimiento.

LA SOLUCIÓN

Carrefour apuesta por desarrollar la experiencia digital mediante Digital Signage en sus centros y confía en Neo para llevar a cabo el proyecto.

Se plantea una solución integral de digital retail. Neo se encarga de proporcionar, instalar, configurar hardware y software en todo el territorio español. Del mismo modo, también se encarga de la gestión de los contenidos y del mantenimiento técnico de todo el sistema.

TECNOLOGÍA:

- ▶ **Videowall de “Ventajas”:** Situado a la entrada de la tienda, mostrando los mensajes clave de Carrefour.
- ▶ **Espacio cliente:** Táctil de grandes dimensiones con catálogo y planograma. Pantallas con turnos y mensajes de atención al cliente.
- ▶ **Pantallas táctiles de surtido amplio:** grandes pantallas táctiles con información de los surtidos completos de un área específica (colchones, fitness y bazar).
- ▶ **Pantalla táctil de electro:** igual a los anteriormente descritos, pero de mayor dimensión (75”) con un amplio surtido de electrodomésticos de marca y de gama blanca.
- ▶ **Táctil de vinos y táctil de puericultural:** con orientación específica a guiar la compra de vinos en el primer caso o de cuidado de bebés, en el segundo.
- ▶ **Aéreos de Frescos:** montajes especiales de monitores grandes y monitor de control de turnos en las zonas de carnicería, pescadería, marisquería y platos preparados. Muestran recetas, consejos de compra y la información actualizada de turnos.
- ▶ **Fila única:** solución para coordinar las colas en la zona de caja. Se trata de un monitor integrado con el sistema de cajeros, que avisa del próximo turno.



ESTRATEGIA:

- ▶ Como expertos en digital signage en punto de venta, se crea una completa estrategia de marketing digital, en donde destacan los siguientes elementos:
- ▶ **Objetivos de marketing y comunicación.**
- ▶ **Integración con otros canales de comunicación corporativos o comerciales.**

Al tratarse de un proyecto omnicanal, se apuesta por incluir la actividad en redes sociales o con las app de Carrefour. En concreto, My Carrefour dispone de la función de gestión de turnos en remoto que se ha integrado con la solución en el punto de venta.
- ▶ **Optimización del uso o finalidad de cada soporte.**

Neo colabora estrechamente con el departamento de sistemas y con el departamento de marketing digital de Carrefour para el correcto desarrollo de todos los procesos. De este modo, el cliente de Carrefour disfruta de un punto de venta innovador e interactivo. La consulta del catálogo y del stock a través de las pantallas ayuda a organizar el proceso de compra en secciones como menaje, electrodomésticos o electrónica. Igualmente, la gestión de turnos con información en tiempo real y el acceso a promociones permite al consumidor optimizar su tiempo y su dinero. Las nuevas prestaciones están diseñadas para mejorar la experiencia de cada consumidor y fomentan la comunicación multicanal con el cliente.



¿POR QUÉ NEO ADVERTISING?

Gracias a la experiencia y casos de éxito en la integración global de proyectos de digital signage con grandes empresas, Neo cuenta con el know how técnico y creativo para la conceptualización y ejecución de todo el proyecto de digital retail en Carrefour España.

Desde las primeras fases del proyecto hasta la implementación total, Neo ha llevado a cabo con profesionalidad y rigor una labor de consultoría y de ejecución global. Para ello cuenta con un equipo de técnicos expertos en soluciones de Digital Signage así como profesionales de marketing y comunicación que desarrollan los mejores contenidos para los canales del cliente. El objetivo central: lograr un canal relevante para la audiencia.

